

**Белорусский государственный университет**

**Филологический факультет**

**Кафедра китайской филологии**

**Аннотация к дипломной работе**

**«Базовые термины экономики, менеджмента, рекламы в  
китайском и русском языках (основные источники и  
способы образования)»**

**Гусева Ксения Игоревна**

**Руководитель Мечковская Нина Борисовна**

**2015**

## **РЕФЕРАТ**

**Гусева Ксения Игоревна**

### **Базовые термины экономики, менеджмента, рекламы в китайском и русском языках (основные источники и способы образования)**

Объем: 43 С. (основного текста), таблиц 3, приложений 2, использованных источников 23 (включая словари).

Ключевые слова: ОНОМАСИОЛОГИЯ, ТЕРМИНОЛОГИЯ, ЗАИМСТВОВАНИЯ, РУССКИЙ ЯЗЫК, КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК, ТЕРМИНЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА, РЕКЛАМЫ.

Объект исследования: 100 китайских и 100 русских общеизвестных базовых единиц терминологии экономики, менеджмента и рекламы.

Целью моей дипломной работы было изучить, каковы принципы обозначения экономических понятий в сфере экономики, менеджмента и рекламы в китайском и русском языках, а также определении схожих и отличных черт современных терминосистем данных областей. Для того, чтобы выявить различия в форме обозначения и в семантике названий, изучалось ономасиологическое строение экономических понятий.

Актуальность исследования определяется следующими факторами:

- 1) важностью базовых терминов экономики, менеджмента и рекламы и массовым появлением новых терминов;
- 2) недостаточная изученность китайских и русских экономических терминов в сопоставительном аспекте.

Исследование позволяет выявить межъязыковые соответствия терминов, способствует пониманию сущности терминосистем двух языков. Работа дает возможность сравнить такую динамично развивающуюся область, как терминология менеджмента двух языковых систем.

## **РЭФЕРАТ**

**Гусева Ксенія Ігараўна**

### **Базавыя тэрміны эканомікі, менеджменту, рэкламы ў кітайскай і рускай мовах (асноўныя крыніцы і спосабы ўтварэння)**

Дыпломная праца «Базавыя тэрміны эканомікі, менеджменту, рэкламы ў кітайскай і рускай мовах (асноўныя крыніцы і спосабы ўтварэння)».

Аб'ём 43 С. (асноўнага тэксту), табліц 3, дадаткаў 2, выкарыстаных крыніц 23 (слоўнікі ўключаны).

Ключавыя словы: АНАМАСІЯЛОГІЯ, ТЭРМІНАЛОГІЯ, ЗАПАЗЫЧАННІ, РУСКАЯ МОВА, КІТАЙСКАЯ МОВА, ТЭРМІНЫ ЭКАНОМІКІ, МЕНЕДЖМЕНТУ, РЭКЛАМЫ.

Аб'ект даследавання: 100 кітайскіх і 100 рускіх агульнавядомых базавых адзінак тэрміналогіі эканомікі, менеджменту і рэкламы.

Мэтай маёй дыпломнай працы было вывучыць, якія прынцыпы абазначэння эканамічных паняццяў у сферы эканомікі, менеджменту і рэкламы ў кітайскай і рускай мовах, а таксама вызначэнні падобных і адрозных рыс сучасных тэрмінасістэм дадзеных абласцей. Для таго, каб выявіць адрозненні ў форме пазначэння і ў семантыцы назваў, вывучалася анамасіялагічная структура эканамічных паняццяў.

Актуальнасць даследавання вызначаецца наступнымі фактарамі:

- 1) істотнасцю базавых тэрмінаў эканомікі, менеджменту і рэкламы і масавым з'яўленнем новых тэрмінаў;
- 2) недастатковай вывучанасцю кітайскіх і рускіх эканамічных тэрмінаў у супастаўляльным аспекце.

Даследаванне дазваляе выявіць міжмоўныя адпаведнасці тэрмінаў, спрыяе разуменню існасці тэрміна-сістэм дзвюх моў. Праца дае магчымасць параўнаць такую дынамічную вобласць, як тэрміналогія менеджменту дзвюх моўных сістэм.

## **ABSTRACT**

**Ksenia Igorevna Guseva**

### **The basic terms of economics, management, advertising in Chinese and Russian (main sources and methods of production)**

Key words: onomasiology, terminology, linguistic borrowing, Russian language, Chinese language, economics, management, advertisement terms.

The objects of this study were Russian and Chinese economy, management and advertisement terms. Card-index size were 100 Chinese and 100 Russian well-known basic units of economics, management and advertising.

The aim of this study was to compare Russian and Chinese economy, management and advertisement terms and to determine their similarities and difference.

The aim my diploma work was to examine what principles refer to certain terms in economy, management and advertising fields in Chinese and Russian languages, as well as the determination of similar and different features of modern terminology. Onomasiological study of economic terms structure was held to identify differences in forms of notation and terms semantics.

The relevance of the study is determined by the following factors:

- 1) the importance of basic terms of economy, management and advertising and massive emergence of new terms;
- 2) insufficient knowledge about Chinese and Russian economic terms in comparative aspect.

Study helps to solve actual problems of terminology and lexicography, simplifies the process of learning new words. The work provides an opportunity to compare such dynamic area as terminology of management of two language systems.

NAME (Belarusian State University, Philological Faculty, Department of Oriental Philology).

Volume: 37 C (the body), 3 Charts, 2 Annex, 23 sources (including dictionaries).

Publication type: Diploma thesis.

Supervisor: Soboleva L.I.

Pages: 37.

Year of presentation: 2015.